



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

Mestrado em			
CURSO	Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural	ANO LECTIVO	2010/2011

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Museus da Europa		
Área Científica	História		
Classificação Curricular	Optativa	Ano / Semestre	1º/2º

Créditos ECTS	Horas de trabalho do aluno	Carga horária das sessões de ensino	
		Natureza Colectiva (NC)	Orientação Tutorial (OT)
6	150	50	

DOCENTES		CATEGORIA
Responsável	António dos Santos Queirós	Professor Convidado
Teóricas		
Teórico-Práticas		
Práticas		
Prático-Laboratorial		

OBJECTIVOS

Conhecer a evolução histórica e funcional do conceito de Museu, no contexto da sua integração na actividade turística e do emergir de um novo paradigma do turismo, o turismo cultural e de natureza (e da sua economia).

Analisar a evolução tipológica dos museus e centros de ciência de 1ª, 2ª e 3ª geração.

Reconhecer criticamente as principais disfunções dos museus face à actividade turística

Reconhecer o papel dos museus e centros de interpretação como as estruturas orgânicas do turismo cultural, das suas Rotas e Circuitos e o seu papel na criação e desenvolvimento das Cadeias de Valor da economia do turismo.

Estudar o marketing específico do turismo cultural.

Conhecer virtualmente, e através da visita, alguns dos museus e centros de interpretação do património, de referência, da Europa, da Península e de Portugal.

PROGRAMA PREVISTO

Módulo 0:

1. O conceito actual de Museu/Centro de Interpretação e o seu papel na Gestão do Património e do planeamento, organização e gestão do Turismo.
2. Função social dos museus, parques, jardins, sítios e áreas protegidas
3. Conceitos fundamentais e sua evolução: de lugar de conservação e exposição, reserva e base de dados da biodiversidade e da multiculturalidade, ao apoio à educação, à divulgação cultural (científica) e ao desenvolvimento local e regional.
4. Definição de Museu pelo ICOM.
6. Tipologia dos museus. E museus de 1ª, 2ª e 3ª geração
7. Panorâmica da museologia ibérica e internacional: estudos de caso
8. Estratégias de Marketing Cultural dos Museus.

Módulo 1. O que significa o conceito de “actividade turística”? As suas fileiras produtivas e o novo paradigma do turismo: relatividade, indeterminismo e dimensão ética

1. Conceitos fundamentais do Turismo e Excursionismo, no quadro conceptual da Filosofia da Natureza e do Ambiente.
 - 1.1 A Categoria do Ambiente: Natureza mais Cultura
 - 1.2. A Paisagem humanizada
 - 1.3. Ecologia e metafísica da paisagem.
 - 1.4. A experiência estética da Natureza, na Literatura e nas Artes Plásticas
 - 1.5. A(s) hermenêutica(s) das obras literárias e das artes plásticas na óptica da viagem turística
 - 1.6. A contribuição dos escritores e artistas para a descoberta e valorização da paisagem e a sua exploração pelo turismo cultural e de natureza
 - 1.7. A Natureza, um Paradigma reencontrado. As novas éticas ambientais
 - 1.8. Economia e Ambiente. O conceito de desenvolvimento sustentável
 - 1.9. Turismo Ambiental: Turismo Cultural mais Turismo de Natureza
 - 1.10. Turismo e Excursionismo
 - 1.11. O Destino Turístico

Módulo 2: Comunicação sobre desenvolvimento sustentável. Seminário com o Engº António Santos Veloso, quadro superior da CCDRC, ex-presidente do Fundo de Fomento da Habitação, fundador e dirigente do Instituto para o Desenvolvimento Agrário da Região Centro, professor, coordenador de projecto e formador

Módulo 3: Circuito da Romanização. Museu de Conimbriga-Mãe d'Água de Alcabideque- Museu e Villa Romana de Alcabideque-Complexo Monumental de Santiago da Guarda (Villa Romana-Torre Medieval-Solar dos Caminhos de Santiago) Trabalho de campo com o Roteiro O Oppidum de Conimbriga e as Terras de Sicó, orientado para o Circuito da Romanização

Módulo 4: Guionamento no Turismo Cultural e oferta de Circuitos e Itinerários/percursos

A) Dos Museus e afins enquanto estruturas base da animação cultural

1. Serviços Educativos.
2. Reservas, arquivo, biblioteca e documentação.
3. Inventário.
4. Introdução ao conceito de Conservação Preventiva. Restauro e Conservação das colecções e equipamentos. E Manutenção

B) Da animação das visitas

5. Recepção do público e guardaria
6. Guionamento: recursos e métodos.
7. O papel das exposições permanentes e temporárias. Técnicas e metodologias de montagem e desmontagem de exposições e a sua relação com a animação.
8. Utilização das reservas, oficinas e laboratórios na animação.
9. O papel da música e do teatro na animação dos espaços monumentais e musealizados
10. O papel das novas tecnologias
11. Roteiros, Circuitos e Itinerários que complementam a visita.
12. A relação com os outros elementos das Cadeias de Valor do Turismo: Hotelaria, Restauração e Merchandising.

Módulo 5: Introdução à conservação e restauro: laboratório e Oficinas de Conimbriga e Santiago da Guarda

1. A História do restauro e a evolução da conservação científica
2. Organizações e instituições reguladoras do património e da actividade da conservação e restauro.
3. Princípios éticos do interveniente em acções de conservação e restauro.
4. Definição de termos: restauro, conservação, preservação, prevenção, reconstrução, manutenção, etc.
5. Conceito de irreversibilidade e reversibilidade.
6. Noções elementares da composição e estrutura dos materiais:
7. Causas e efeitos da deterioração dos materiais. Processos e aspectos da deterioração dos materiais:
8. Factores naturais de deterioração dos materiais
9. Prática da conservação

Módulo 6: Turismo cultural: organização e gestão

Módulo 7: Turismo Ambiental e leitura da paisagem.

1. Rotas e Circuitos. A origem e a actualidade da questão, a partir do estudo de caso da região

Centro de Portugal

2. Províncias e Regiões. Rotas Regionais

3. Complementaridade da Paisagem Ibérica e Identidade da paisagem portuguesa. Rotas transfronteiriças

4. A visão “dos outros”: a perspectiva da Espanha, da Europa e do Mundo. Novos territórios

5. A marca. E o destino turístico. Estudo de caso: Centro de Portugal

6. Centro de Portugal _Entre Douro e Tejo

Módulo 8:A Fileira do Turismo Cultural. Estudo de caso: O Convento de Cristo.

1. Principais funções e disfunções dos museus na óptica da economia do turismo.

2. Estudos de caso.

2.1. Museus

2.2. Monumentos

2.3. Sítios históricos e arqueológicos

2.4. Outros Centros de Interpretação

2.4. Património da Humanidade

2.5. Festas e celebrações.

3. Visita de Estudo ao Convento de Cristo

Módulo 9: Trabalho de projecto: metodologia do Trabalho Científico aplicada aos trabalhos de investigação dos mestrandos.

Módulo 10: Os Museus e Centros de Interpretação de 3ª e 4ª geração

Módulo 11: Visita de Estudo ao Centro de Interpretação da Batalha e ao Mosteiro de Aljubarrota.

Módulo 12: Turismo Cultural, Turismo de Natureza e Turismo em Espaço Rural, a sua relação e diferenciação conceptual e funcional

1. Introdução à reabilitação e qualificação do património arquitectónico

2. A Oferta: produtos do TER

Módulo 13: Corpus Científico dos Estudos de Turismo. E o Novo Paradigma do Turismo I

Oficina de ideias. Debate livre

BIBLIOGRAFIA ESSENCIAL: ECONOMIA, TURISMO CULTURAL E DE NATUREZA

Adams, G. D. "Cultural Tourism: The Arrival of the Intelligent Travler." *Museum News*, Nov.- Dec. 1995,32-37.

Aitchinson, C., Macleod, E., Shaw, S. (2000), *Leisure and Tourism Landscapes. Social and Cultural Geographies*, Londres, Routledge.

American Association of Art Museum Directors. *Statistical Survey of the American Association of Art Museum Directors*. New York: American Association of Art Museums Directors, 1997.

Anderson , M. L. "CyberMuse: Perils and Plesures of the Virtual Museum." *Museum News*, Nov.-Dec. 1994, p. 37.

Anderson, P., and Roe, B. C. *The Museum Imapact and Evaluation Study*. 3 vols. Chicago: Museum of Science & Industry, 1993.

Avocat, Charles. *Plusieurs Auteurs. Lire le Paysage. Lire Les paysages. Acte du colloque des 24 et 25 novembre 1983*. Université de Saint-Étienne, CIEREC.1996.

Bello, M. *A world of Discovery: An Exploration of Behind –the-Scenes Research in the Arts, Sciences and Humanities*. Washington, D.C.: Smithsonian Institutions Press, 1993.

Bickford, A., Pekarik, A. J., Doering, Z. D., Yalowitz S. S., *Ocean views: A Study of Visitors to the Ocean Planet Exhibition at the National Museum of Natural History*. Report No. 96-5. Washington, D. C.: Institucional Studies Office, Smithsonian Institution, 1996.

Bissel, C. *Marketing Promotions Guide*. Chicago: League of Chicago Theaters, 1985.

Bryce, H. *Financial and Strategic Managment for Nonprofit Organazitions*. (2nd ed.) Upper Saddle River, N. J.: prentice Hall, 1992.

Caraça, Bento de Jesus, *Conceitos Fundamentais da Matemática*. Lisboa, Gradiva, 2003

Cooper, C., Flecher, J., Gilbert, D., Sheperd, R . e Wanhill, S. (1998), *Tourism: Principles and Practice*, Londres, Longman.

Costa, C. M. M.(2003) (coord.), *Avaliação do II Quadro Comunitário de Apoio – Componente Turismo*, Lisboa, Secretaria de Estado do Turismo/Universidade de Aveiro

Costa, C. M. M. (2001), «An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning», in *The International Journal of Topurism Research*, vol. 3, nº 6, pp. 425-441.

Costa, Carlos, *Turismo e Cultura. Avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-220)*, in *Separata da Análise Social*, nº175, 2005 e,

Costa, C. M. M. (1996), *Towards the Improvment of the Efficiency and Effectivness of Tourism Planning and Development at Regional Level: Planning, Organizations and*

Networks, The case of Portugal, Inglaterra, Universidade de Surrey, tese de doutoramento.

Cunha, Licínio. *Economia e Política do Turismo*. Verbo, 2006.

Cunha, Lúcio, Alarcão, Adília, Queirós, António dos Santos, e outros Roteiro *O Oppidum de Conimbriga e as Terras de Sicó*, Conimbriga (1996).

Csikszentmihalyi, M. "Notes on Art Museum Experiences." In A. Walsh (ed.), *Insights: Museums, Visitors, Attitudes, Expectations: A Focus Group Experiment*. Santa Monica, Calif.: Getty Center for Education in the Arts and J. Paul Getty Museum, 1991.

Cuvillier, P. (1998), *Anciennes et nouvelles formes de tourisme. An approche socio-economique*, Paris, L'Harmattan.

Davies, S. *By Popular Demand: A Strategic Analysis of the Market potential for Museums and Art Galleries in the UK*. London: Museums & Galleries Commission, 1994.

De Kadt, E. (1979), *Tourism: Passport to Development?*, Oxford, Oxford University Press.

Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol. III*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1993

Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol.IV-I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1994

Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol.IV-I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1994

Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol.V-I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1995

Dionísio, Sant'Anna - *Guia de Portugal, vol.V-II*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1995

Doering, Z. D. *Who Attends Our Cultural Institutions: A progress Report Based on the Smithsonian Institution Marketing Study. Research Note 95-5*. Washington, D. C.: Office of Institutional Studies, Smithsonian Institution, 1995.

Featherstone, M (1998), *Consumer Culture and Postmodernism*, Londres, Sage (ed. rev.).

Feldstein, M. (ed.). *The Economics of Art Museum*. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

Ferreira, Ana e Carlos Costa, Carlos, «Novos turistas no centro histórico de Faro», in *Separata da Análise Social*, nº180, 2006

Finn, M., Elliot-White, M. e Walton, M. (2000), *Tourism and Leisure Research Methods. Data Collection, Analyses and Interpretation*, Harlow, Pearson Education.

Flanagan, J. *Successful Fundraising: A Complete Handbook for Volunteers and Professionals*. Chicago: Contemporary Books, 1991.

Gil, Fernando Bragança Gil. *Algumas Reflexões Sobre Instituições Museais Científicas, Contributo Para O Debate Nacional Sobre Educação, Visionarium_Vila da Feira*, mc²p, 2007

Gray, S. "Americans' Gifts Top \$ 150 Billion." *Chronicle of Philanthropy*, June 12, 1997, pp. 39-42.

Gumpert, D. E. "How to Really Create a Successful Marketing Plan." *Inc.*, 1994, pp. 39-42.

Gunn, C. A., *Tourism Planning*, Nova Iorque, Taylor and Francis, 3.^a ed.

Gurian, E. H. "Noodling Around with Exhibition Opportunities." In Karp and S. D. Lavine (eds.), *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*. Washington, D. C.: Smithsonian Institution Press, 1991.

Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated Sustainable Development Approach*. Nova Iorque, Van Nostrand Reinhold.

Jackson, R., and Wang, P. *Strategic Database Marketing*. Lincolnwood, Ill.: NTC, 1994.

Kotler, P. "Atmospheric as a Marketing Tool." *Journal of Retailing*, Winter 1973-1974, pp. 48-64.

Kotler, P. *Marketing for Nonprofit Organizations*. (2nd ed.), Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1982.

Kotler, P. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. (8th ed.) Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1994.

Kotler, P. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. (9th ed.) Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1997.

Kotler, P. and Andreasen, A. R. *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. (4th ed.), Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1991.

Kotler, P. and Andreasen, A. R. *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. (5th ed.), Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 1996.

Kotler, P. and Sheff, J. *Standing Roo Only: Strategies for Marketing the Performing Arts*. Boston: Harvard Business School Press, 1997.

Lima dos Santos, Maria de Lurdes, Soares Neves, José, Telmo Gomes, Rui, Henriques da Silva, Raquel e outros. *Inquérito aos Museus de Portugal*, IPM, Lisboa. (2000)

Lima dos Santos, Maria de Lurdes, Bairrão Oleiro, Manuel, Alves dos Santos, Jorge, Saldanha Nunes, Joana e outros (2005) *O Panorama Museológico em Portugal (2000-2003)*, IPM, Lisboa

Morand, Jean Cloud. Mollard, Brice. – *Tourisme 2.0*. Paris: M 21 Éditions, 1998

Proença, Raúl - *Guia de Portugal, vol.I*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1991

Proença, Raúl - *Guia de Portugal, vol.II*. Lisboa: Reedição da Fundação Calouste Gulbenkian, 1991

Queirós, António dos Santos, Berliner, Ana, Vasco Rodrigues, Adriano, Ribeiro, Maria Luísa e outros *Roteiro Património Natural e Cultural do Vale do Côa e Além Douro*, bilingue, Português-Espanhol, Conimbriga (2003).

Queirós, António dos Santos e outros. *Natureza e Ambiente. Representações na Cultura Portuguesa*. Coordenação de Beckert, Cristina. Introdução de Soromenho-Marques, Viriato. Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, 2001

Queirós, António dos Santos. *A Ética da Terra e a ultrapassagem de um modelo de "ecologia profunda". Paradigma de um novo Humanismo*. Centro de Filosofia da Universidade de Lisboa, 2003

Vieira, João Martins. *Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo. Uma perspectiva estratégica*. Verbo, 2007.

WEBGRAFIA

Fontes, INTERNET

Albuquerque, Maria Luís, Godinho, Célia, (2001) *Turismo, Diagnóstico Prospectivo*, GEPE, www.gee.min-economia.pt

Encuesta de Gastos Turísticos (EGATUR), 2004, Instituto de Estudios Turísticos, www.iet.tourspain.es

INDUSTRY, TRADE AND SERVICES

http://epp.eurostat.cec.eu.int/portal/page?_pageid=1090,30070682,1090_33076576&_dad=portal&_schema=PORTAL

Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR), 2004,2005,2006, Instituto de Estudios Turísticos, www.iet.tourspain.es

Informação Estatística, www.ine.pt

Información Estadística, www.ine.es

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Participação nos seminários e trabalhos práticos
Avaliação Periódica	Elaboração e apresentação de um Projecto de Trabalho à Turma; reformulação após recensão crítica. Contribuição para o Eerning e a pesquisa pertinente e certificada de recursos na Internet.
Avaliação Final	Análise e classificação do Projecto Final

Avaliação na disciplina do

Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural

Museus da Europa

1. A avaliação prossegue na mesma linha do nosso debate anterior, mas evoluiu:

Abordámo-la logo na primeira aula, numa lógica prospectiva: os trabalhos das disciplinas como instrumentos de apoio quer à elaboração da tese quer à aplicabilidade social do trabalho

de investigação (empregabilidade, empreendedorismo, actividade profissional...) , ou de reflexão sobre a escolha do caminho e dos conteúdos da própria dissertação.

De qualquer modo, sempre como um pequeno trabalho, na proporção das horas e dos conteúdos da disciplina.

2. Neste contexto, a minha proposta, de escolha múltipla e de geometria variável:

2.1 Uma recensão crítica dos documentos de apoio, sobre as Novas Tendências e o Novo paradigma do Turismo, eo papel dos Museus e estruturas, agora completos.

2.2 Uma auto reflexão sobre a ideia ou projecto de dissertação, à luz dos conceitos expressos em 2.1.

2.3. Uma avaliação diagnóstica do “estado da arte” dos Museus, co contexto do Turismo Cultural, Turismo ao nível local, concelhio, regional...

2.4 O desenho/esboço de uma Rota e/ou Circuito (ver documento de apoio)

2.5 A exposição de uma ideia de projecto, em Turismo Ambiental, numa lógica de empregabilidade, empreendedorismo, actividade profissional...

2.6 O trabalho pode ser colectivo se ficar claro o contributo de cada um.

2.7 A data limite de apresentação do trabalho será o dia 25 de Junho de 2011, conforme regulamento do Mestrado

OBSERVAÇÕES

O ordenamento dos Módulos poderá ser alterado por razões de natureza pedagógico-científica.

André Luís Almeida